

# 販売促進の法務と税務 広告宣伝

## 目 次

### 法 務 編

#### はじめに

ページ

第 1	販売促進と広告宣伝の方法 .....	53
第 2	販売促進と広告宣伝の法律 .....	56
第 3	販売促進方法の多様化と消費者保護法 .....	59
第 4	広告の自主規制 .....	61

販  
促  
法  
務  
九  
号

### 第 1 章 販売促進にかかる問題

#### 第 1 景品による販売促進

##### 1 景品類の定義

○景品とはどのようなものか.....	83
○見本や試食品は景品に当たるか.....	86
○メーカーが販売店などに向けて行う景品キャンペーンには法的規 制があるか.....	89
○同一商品を付加して提供する場合は、景品に当たるか.....	91
○割引券や引換券は景品に当たるか.....	94

二  
一

## 目 次

○景品類の提供のしかたによってどのような法規制があるか	97
○業界別の景品規制にはどのようなものがあるか	98ノ2
○諸外国の景品規制はどのようなものか	98ノ4

## 2 懸賞付販売

○懸賞付販売とはどのようなものか	99
○懸賞付販売で提供できる景品にはどのような法的規制があるか	102
○懸賞付販売における「取引の予定総額」はどのように算定するのか	104
○店舗の入店者全員に景品を提供する場合、どのような法的規制があるか	105
○ダブル懸賞の場合、どのような法的規制があるか	107
○商店街で共同懸賞をする場合、どのような法的規制があるか	110
○インターネットによるオープン懸賞は可能か	113

## 3 総付景品

○総付景品とはどのようなものか	131
○総付景品における「取引の価額」はどのように算定するのか	134
○総付景品にはどのようなやり方があるか	137
○開店披露などで提供する景品は総付景品となるか	140
○会員だけに配る景品は総付景品となるか	143
○セット販売は総付景品となるか	146
○モニターだけに景品を提供した場合、総付景品となるのか	148
○スタンプ制を行う場合、どのような法的規制があるか	151
○クーポン広告とはどのようなものか	154
○カードとポイント制を組み合わせした場合、どのような法的規制があるか	157

## 4 オープン懸賞

○オープン懸賞とはどのようなものか	159
-------------------	-----

○オープン懸賞の応募ハガキを店頭に置いてもよいか……………	162
○オープン懸賞の当選発表のしかたに法的規制はあるか……………	165

## 5 公正競争規約

○公正競争規約とはどのようなものか……………	171
○公正競争規約の認定要件と手続のしかたは……………	174

## 第2 販売促進のテクニック

### 1 値引販売

○開店セールのため、高額な商品を1円で売ってもよいか……………	201
○客寄せのため、原価を下回る価格で商品を販売してもよいか……………	204
○取引先によりリピートの支給額に差を設けてもよいか……………	206ノ2
○不当廉売などについて違反行為があった場合、どうなるのか……………	206ノ6

### 2 不当な誘因

○自社製品の取扱い率に応じてリピートを支払ってもよいか……………	211
○誇大な売上予想のもとに締結されたフランチャイズ契約は有効か……………	214
○取引先の自社製品の販売方法を指定してもよいか……………	216ノ1

### 3 抱き合わせ販売

○人気ソフトと別のソフトを組み合わせ販売してもよいか……………	217
○パソコンとソフトを一体として販売してもよいか……………	220

### 4 押しつけ販売

○納入業者に自社商品の購入を要請する場合、販売目標額を定めて 行ってもよいか……………	223
--	-----

○納入業者からイベントのための協賛金を集めてもよいか……………	226
○取引先は高額のセンターフィーを求めてもよいか。また、手伝店 員の派遣についてはどうか……………	229

## 第2章 広告などの表示にかかる問題

### 第1 優良と誤認される表示

○原材料の表示について、どのような法的規制があるか……………	253
○著名人による推薦広告には、どのような法的規制があるか……………	256
○「〇〇御用達」という表示をしてもよいか……………	259
○競争業者のものより優良であるという広告を出してよいか……………	262
○広告におけるイメージ表現はどの程度許されるか……………	265
○プライベート・ブランド商品の販売はどのようにするか……………	267

### 第2 有利と誤認される表示

○キズ物等を「市価の半額」として販売してよいか……………	291
○「メーカー希望小売価格」等のように、二重価格を付けてもよいか……………	293
○「3人前」を「5人前」として売った場合、量の基準はどうなるか……………	297
○優待旅行企画の提案を受けてもよいか……………	299
○「これはお買い得！」など商品コピー等に断定的な表現を用いて もよいか……………	301
○値上げをしないのに「値上げ前の商品在庫一掃セール」という広 告を出してよいか……………	304

### 第3 公正取引委員会の指定による不当表示

○果汁が含まれていないにもかかわらず、果実の絵を容器に表示してよいか……………	311
○原産国の表示はどのようにすべきか……………	314
○商品名に原産国ではない国名を使用してもよいか……………	317
○消費者に金融を行う場合の利息等の費用の表示はどのように行うべきか……………	320
○おとり広告とはどのようなものか……………	323
○有料老人ホームの表示はどのように行うのか……………	326
○検査機関、時期を明示せずに品質等を表示してもよいか……………	330

### 第4 公正競争規約

○「世界一」というような根拠もない最大級表現をしてもよいか……………	341
○「完全」「万全」「完璧」等の安全を保障する表現を用いてよいか……………	343
○「天然」「自然」の根拠は何か……………	345
○「低カロリー」「減塩」には基準があるか……………	347
○「牛乳」と「加工乳」などの類似品の表示基準はどうなっているか……………	350
○「手造り」の根拠は何か……………	352

### 第5 その他

○広告と表示はどのように区分されるか……………	371
○違法な表示をするとどうなるのか……………	374
○病院等は宣伝広告をしてよいか……………	377
○医薬品等の広告には、どんな法的規制があるか……………	379
○健康食品の広告には、どのような法的規制があるか……………	381
○ダイエット食品の広告には、どのような法的規制があるか……………	382ノ3
○不動産の広告には、どのような法的規制があるか……………	384
○不動産の広告をする場合、表示すべき事項は何か……………	387
○弁護士が広告をする場合の注意点は……………	390

○「飲むだけでやせる」などの表示をしてよいか	393
○「どこよりも」というような不明確な比較表現をしてよいか	394ノ2
○「激安」「超特価」の根拠は必要か	394ノ4
○特許公報で効果が認められている商品の販売はどのようにするか	394ノ6
○通信販売をする場合、表示すべき事項は何か	395
○差別的な表現とはどのようなものか	399
○コピー食品の商品名には、どのような法的規制があるか	402
○サブリミナル広告は違法か	404
○インターネットによる表示にはどのような法的規制があるか	407
○社員を派遣させることによって販売促進をはかるにはどのような問題があるか	410
○チラシの配布にはどのような規制があるか	415
○OCMに対して苦情を申し立てたいときは	417

## 第3章 広告媒体にかかる問題

### 第1 屋外広告

○屋外広告物とはどのようなものか	423
○屋外広告には、どのような法的規制があるか	427
○屋外広告をするには、どのような届出が必要か	430
○屋外広告物を設置する場合の許可基準とは	432
○してはいけない屋外広告とは	436
○違法な屋外広告をしてしまったら	439
○屋外広告業を始めるには	442

### 第2 イベントカー

○イベントカーで広告をする場合、どのような法的規制があるか	451
○路線バスに広告を掲載する場合の注意点は	454

## 第3 ダイレクト・メール

○ダイレクト・メールには、どのような法的規制があるか……………	461
---------------------------------	-----

## 第4 テレビ・ラジオ

○テレビ・ラジオのCMには、どのような法的規制があるか……………	471
○日本民間放送連盟によるテレビCMの自主規制とはどのようなものか……………	474
○テレビCMには放送時間帯による制限があるか……………	476ノ2
○テレビCMにより事故が起きた場合、だれが責任を負うのか……………	478
○デジタル放送のCMには、どのような法的規制があるか……………	482

## 第5 新聞・雑誌など

○新聞広告にはどのような規制があるか……………	491
○新聞が広告を掲載しないものはどのようなものか……………	494
○新聞で掲載された広告について、新聞社はどこまで責任を負うのか……………	497
○雑誌が広告掲載する基準はどのようなものか……………	499

## 第6 インターネット

○インターネットを使って広告する場合、どのような法的規制があるか……………	511
○インターネットを使って通信販売を行う場合、どのような法的規制があるか……………	515
○インターネット上の情報を広告宣伝に利用する場合、どのような法的規制があるか……………	518
○病院がインターネット上でホームページを開設し、病院の広告をする場合、どのような法的規制があるか……………	521

○インターネットを使った優良通信販売事業者の表示とはどのようなものか	524
○ホームページ上に掲載するバナー広告と広告料金の基準は	527
○電子メールを使って広告をする場合、どのような法的規制があるか	530
○電子メールによる広告形態にはどのようなものがあるか	535
○「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」とはどのようなものか	538
○「特定電子メール」とはどのような電子メールか	540ノ2
○架空の電子メールアドレスに電子メールの広告をしてもよいか	540ノ6
○「特定電子メール等送信適正化業務」とはどのような業務か	540ノ9

## 第4章 販売システムにかかる問題

### 第1 訪問販売

販促法務  
一 号

○訪問販売とはどのようなものか	543
○街頭アンケートなどで取引のきっかけを作って訪問販売してもよいか	547
○訪問販売をする場合、その契約はどのように行うべきか	550
○クーリング・オフとはどういうものか	553
○他社製品を買った人にクーリング・オフをさせ、自社製品を売ってもよいか	559
○役務提供でもクーリング・オフは可能か	562
○訪問販売で禁止される行為とは何か	566
○不実勧誘に当たるものとは	570ノ1

### 第2 通信販売

二  
八

○通信販売とはどのようなものか	571
-----------------	-----



○通信販売の広告にはどのような規制があるか	574
○通信販売の広告で、スペースが小さいことを理由に販売条件等の表示の一部を省略できるか	577
○代金前払の通信販売を行う場合、販売業者にどのような義務があるか	579
○カタログ等と現物が違う場合、商品の返品に必ず応じるべきか	581
○インターネット通販で注意すべき事項は何か	584
○インターネット通販で申込みをさせるときに表示しなければなら ないことは何か	584ノ2
○ネガティブ・オプションにはどのような規制があるか	586

### 第3 テレホンセールス

○テレホンセールス（電話勧誘販売）にはどのような法的規制があるか	601
○テレホンセールスをする場合、事前に明示しなければならない事項は何か	610
○テレホンセールスとアポイント電話はどう違うのか	610ノ3
○テレホンセールスにおいて主務大臣の指示および業務停止命令の対象となるのはどんな行為か	610ノ6

### 第4 特定の継続的なサービス取引

○特定継続的役務提供にはどのような法的規制があるか	611
○特定継続的役務提供をする場合、その契約はどのように行うべきか	620ノ1
○特定継続的役務提供の広告にはどのような規制があるか	620ノ7
○特定継続的役務提供で禁止される行為とは何か	620ノ10
○代金前払の特定継続的役務提供を行う場合、事業者にはどのような義務があるか	620ノ16
○特定継続的役務提供契約の解除においてどのような規定があるか	620ノ18

○特定継続的役務提供に当たらないものとは…………… 620ノ19

## 第5 内職・モニター商法

○業務提供誘引販売取引にはどのような法的規制があるか…………… 621

○業務提供誘引販売取引をする場合、その契約はどのように行うべきか…………… 625

○業務提供誘引販売取引の広告にはどのような規制があるか…………… 630

○業務提供誘引販売取引で禁止される行為とは何か……………630ノ4

○業務提供誘引販売取引の解除に関してどのような規定があるか……………630ノ9

## 第6 その他

○割賦販売にはどのような法的規制があるか…………… 631

○割賦販売のクーリング・オフの条件は何か……………634ノ2

○個品割賦販売における条件や広告の表示はどのようにすべきか……………634ノ6

○クレジットカードによる割賦販売を行う場合、その販売（提供）条件はどのように表示すべきか……………634ノ9

○信販会社が立替払をした後にするクーリング・オフは有効か……………638ノ2

○資格商法とはどのようなものか……………638ノ6

○内職商法とはどのようなものか…………… 638ノ10

○マルチ商法とはどのようなものか…………… 640

○マルチ取引の勧誘・広告にはどのような法的規制があるか…………… 643

○マルチ取引を行う場合、どのような書面を交付すべきか……………648ノ2

○マルチ取引でクーリング・オフは適用されるか…………… 648ノ6

○マルチ取引で、クーリング・オフ期間経過後も契約解除はできるか…………… 648ノ11

○キャッチセールスはどのように規制されるか…………… 650

○主婦等を集めて商品を紹介するパーティー販売には、どのような法的規制があるか…………… 653

○SF商法にはどのような法的規制があるか…………… 655

○点検商法とはどのようなものか	658
○靈感商法とはどのようなものか	662
○フランチャイズ制で加盟者を募集する場合、どのような法的規制があるか	665
○インターネット上での売買契約の法律構成はどのようなになるか	669
○株式のネット取引のトラブルへの対処法はどのようにしたらよい か	673
○特定商取引適正化業務とは	677
○個人情報データベースの取扱いにはどのような法的規制があるか	680
○「合理的な根拠」の判断基準は	685
○「合理的な根拠を示す資料」の提出手続は	687

## 第5章 製造物責任にかかる問題

### 第1 製造物にかかる企業の責任

○商品に瑕疵があった場合、企業はどこまで責任を負うのか	703
○自動販売機で販売している商品に欠陥があった場合、どんな責任 を負うか	706
○リスク・アセスメントとは	709
○リスク・アセスメントはどのように実施するのか	710ノ3

### 第2 製造物責任法の内容

○製造物責任法とはどのような法律か	711
○製造物責任の「欠陥」と、民法の「過失」とはどのように違うか	714
○製造物責任法の適用範囲はどこまでか	718

### 第3 広告・表示と製造物責任

○カタログやセールストークは製造物責任の対象となるのか	731
-----------------------------	-----

○カタログ等の警告はどの程度まで表示すべきか……………	735
○取扱説明書等に危険・警告の記載があれば、製造物責任の対象と ならないか……………	738
○マニュアルや警告ラベルの内容とあっていない広告宣伝は、製造 物責任の対象となるか……………	741
○品質保証書・アフターサービスは製造物責任と関係があるのか……………	744
○ISO、JIS等の規格の認証取得は製造物責任の対策となるか……………	747
○品質保証期間を過ぎた場合、製造物責任の対象となるか……………	750
○有機農産物と製造物責任の関係は……………	752

## 第5章の2 消費者契約にかかる問題

### 第1 消費者契約法の内容

○消費者契約法とはどのような法律か……………	763
○消費者契約法の目的は何か……………	768
○事業者・消費者の努力義務とは……………	771
○民法・商法との関係はどうか……………	774
○消費者契約法が適用される取引、適用されない取引は……………	777

販  
促  
法  
務  
一  
号

### 第2 意思表示の取消し

○消費者取消権とはどのようなものか……………	779
○重要事項とはどのようなものか……………	780ノ6
○取消権の行使期間はいつまでか……………	780ノ9

### 第3 契約条項の無効

○無効となる不当な条項とはどのようなものか……………	780ノ12
○入学辞退者が納めた入学金は返還しなければならないか……………	780ノ18

三  
二

## 第6章 知的財産権にかかる問題

### 第1 著作権

○著作権とはどのようなものか	783
○著作物とはどのようなものか	786
○著作物を利用する場合の手続は	790
○著作権等管理事業法とは	792ノ2
○著作権等管理事業者が作成する管理委託契約約款とは	792ノ5
○広告作品の著作権は誰にあるか	794
○テレビCMの著作権は誰にあるか	798
○自社の広告が模倣された場合、どのような法的措置がとれるか	801
○映画や歌のタイトルを商品名にしてよいか	804
○有名な小説のフレーズをキャッチコピーにした場合、著作権の侵害となるか	807
○著名な写真家の写真をもとにした絵を広告に使用した場合、著作権の侵害となるか	809
○有名なキャラクター等をパロディ化して広告宣伝に利用した場合、著作権の侵害となるか	812
○有名な絵画を広告物に掲載する場合、どのような法的規制があるか	814
○タレントの写真を広告物に使用する場合、どのような法的規制があるか	817
○無断複製等の防止手段の回避にかかる規制とはどのようなものか	820
○著作物や権利者を特定する情報の改変等にかかる規制とはどのようなものか	823
○著作物等を譲渡できるか	826

## 第2 肖像権

○肖像権とはどのようなものか	831
○有名な風景に肖像権はあるか	834
○動物に肖像権はあるか	837
○公共の建物に肖像権はあるか	840
○アマチュアのスポーツ選手をテレビCMに起用する場合、どのような手続が必要か	842
○有名人のそっくりさんをテレビCMに起用する場合、肖像権の侵害となるか	844
○有名人の声まねをラジオCMに起用する場合、肖像権の侵害となるか	846
○故人に肖像権はあるか	849

## 第3 商標権など

○商標権とはどのようなものか	861
○商標権侵害の範囲はどこまでか	864
○サービスマークとはどのようなものか	868
○キャラクターにはどのような法的保護があるか	871
○CMにブランド名の入った商品を使用した場合、商標権の侵害となるか	874
○外国の国旗を商標に使用することができるか	877
○商標の専用使用権とはどのようなものか	880

## 第4 不正競争防止法

○有名ブランド名と1字違いの商品を販売した場合、どのような法的規制があるか	891
○営業秘密と不正競争防止法との関係は	894
○技術的制限手段と不正競争防止法との関係は	897

○下請会社が勝手に同一商品を製造・販売した場合、どのような法的措置が採れるか……………	899
○デザイン書体と不正競争防止法との関係は……………	902

## 第7章 広告取引形態にかかる問題

### 第1 広告取引の概要

○広告取引契約とはどのようなものか……………	923
○広告取引契約の法的性格はどのようなものか……………	925
○広告取引の基本契約事項とは何か……………	928

販  
促  
法  
務  
七  
号

### 第2 広告契約の留意事項

○無効となったり、解除できる広告取引契約とはどのようなものか……………	941
○著作物を広告に使用する場合、どのような契約をするのか……………	944
○総会屋が関与する新聞に企業広告を掲載する契約は無効となるか……………	947

### 第3 契約の効力と損害賠償

○広告取引契約で損害賠償を請求できるのはどのような場合か……………	961
-----------------------------------	-----

# 税 務 編

## 第 1 章 定 義

○販売促進費とはどのような支出か	1003
○販売促進費と隣接費用との区分は	1005
○広告宣伝費とはどのような支出か	1008
○広告宣伝費と隣接費用との区分は	1011
○広告宣伝費として認められる配布物品の価格ほどの程度か	1014
○広告宣伝費として交付が認められる「一般消費者」の範囲は	1016
○使途を明らかにできない支出がある場合の税務上の取扱い	1018

## 第 2 章 販売促進にかかる費用

### 第 1 景品付き販売にかかる費用

○景品交付費用の計上時期はいつにすればよいか	1053
○翌期以降支出することが予想される景品費の引当計上は認められるか	1056
○一般消費者向けに交付する景品の購入費用は販売促進費となるのか	1057
○得意先への景品付販売にかかる費用は販売促進費となるのか	1060
○抽選で交付する景品の購入費用は販売促進費となるのか	1063
○販売店に対し売上げに応じて交付する景品の購入費用は販売促進費となるのか	1066



○スタンプ業者の発行するスタンプの購入費用は販売促進費となる のか……………	1070
○スタンプカードの点数が集まった消費者に対して交付する景品の 費用は、販売促進費となるのか……………	1073
○高額の商品を購入した顧客のみに交付する粗品の費用は販売促進 費となるのか……………	1076
○特約店が行う景品付販売の費用の一部を負担した場合、販売促進 費として認められるか……………	1078
○抽選に当選し金品を受け取った側には課税されるのか……………	1081
○オート・オークションの抽選会用景品購入費用は販売促進費とな るか……………	1084

## 第2 売上割戻等

○売上割戻しの損金算入時期はいつにすればよいか……………	1101
○売上割戻しの算定基準が契約等に定められていない場合は交際費 とされるか……………	1105
○過年度に遡って算定して支払う売上割戻しの税務上の取扱い ……	1106ノ2
○特約店ごとに割戻率が異なる場合は交際費とされるか……………	1108
○売上割戻しを売上高に応じて割増して支出する場合は交際費とさ れるか……………	1110
○売上割戻しとして事業用資産を交付する場合の税務取扱いは……………	1112
○売上割戻しとして100万円未満のパソコンを得意先に提供した場 合の税務上の取扱いは……………	1114ノ1
○売上割戻しとして取引先に交付する娯楽施設、娯楽用品等の費用 は、交際費となるか……………	1115
○売上割戻しとして交付する商品券、テレフォンカード、食事券等 の費用は、交際費等となるか……………	1117
○売上割戻しとしてタクシークーポン券を交付した場合、交際費等 とされるか……………	1120
○格安で手に入れた物品を売上割戻しとして譲渡した場合、交際費	

## 目 次

等とされるか	1122
○特約店のセールスマンや取引先の従業員に売上割戻金を支払った 場合の税務上の取扱い	1124
○特約店のセールスマンに売上割戻しとして物品を交付した場合の 税務上の取扱い	1127
○特約店グループに売上割戻しとして業務用の固定資産を交付した 場合の税務処理	1129
○仕入先に対し仕入高に応じて物品を交付する場合の費用は交際費 等となるか	1132
○取引先に支払った特別割戻しを、その役員が自己のものとして収 受していた場合の税務上の取扱い	1135
○一部の取引先に対して売上割戻しを行う場合には交際費等となる か	1137
○掛売りした顧客に売掛金の回収状況に応じて売上割戻しを交付し た場合、交際費等となるか	1139
○資金繰りの悪い特約店に通常より高率の売上割戻しを支払った場 合、交際費等となるか	1141
○得意先が売上割戻しの一部を任意に積み立てた場合の処理	1143
○使途を旅費に限定した売上割戻しは交際費等となるか	1145
○得意先への旅行招待費用として積み立てた売上割戻しの税務上の 取扱い	1147
○旅行招待費用として積み立てていた売上割戻しの余剰金を払い戻 した場合、どのように処理すればよいか	1149
○旅行招待費用として積み立てていた売上割戻しを旅行不参加者に 返還した場合の税務処理	1151
○特約店に対し、販売数量に応じて販売商品に自社製品を添付する 場合の税務上の取扱い	1153
○目標売上高を達成した特約店にのみ支出する売上割戻しは交際費 等となるか	1155

## 第3 販売奨励金等

○販売奨励金と交際費等の区分のしかたは	1171
○売上高を基準にしない販売奨励金の税務上の取扱い	1175
○直接取引関係のない小売店に交付する販売奨励金は交際費等となるか	1178
○取引継続のため得意先に譲渡する金銭または事業用資産を販売奨励金として処理できるか	1181
○販売奨励金として支出が認められる「特定の地域」の得意先とは	1184
○販売店の店舗改装費用を負担した場合、販売奨励金として計上できるか	1187
○打合せのため来社した得意先社員の出張費を負担した場合、販売奨励金として処理できるか	1189
○社員が得意先から商品を購入した場合に支給する補助金は、販売奨励金として処理できるか	1192
○下請業者に報奨金を支出する場合、販売促進費となるか	1195
○売上目標額を達成した得意先に金品を贈呈する場合、販売促進費として処理できるか	1198
○専属特約店グループに賞金を支給する場合、販売奨励金として処理できるか	1201
○得意先の祝賀会の費用を一部負担した場合、販売奨励金として計上できるか	1205
○得意先の会社役員の個人住宅を低額で請け負った場合、販売奨励金として処理できるか	1208
○特約店の成績優秀なセールスマンに対する表彰費用は、販売奨励金として計上できるか	1211
○土地売買に当たり不動産仲介業者の営業員個人に紹介料を支払った場合、販売奨励金として処理できるか	1214ノ1
○株主に対する優待割引の税務上の取扱い	1214ノ4
○得意先の役員に対する自社製品の値引は交際費とみなされるか	1217

## 目 次

○販売奨励金として支出した金銭を得意先が交際費として使用した場合の税務上の取扱い	1221
○販売奨励金を交付していた得意先の貸倒損失の肩代わりは寄附金となるか	1224
○特約店等の従業員の健康診断の費用はどのように税務処理すればよいか	1227
○専属下請先の従業員を海外慰安旅行に参加させる費用の取扱い	1229

## 第4 特約店等の開拓費用

○取引関係を結ぶために相手方に支払った運動費は交際費等となるか	1241
○代理店契約時に支払う契約金は販売促進費として計上できるか	1244
○特約店契約を結ぶための運動費はどのように処理すればよいか	1247
○特約店契約を結ぶことができなかった場合の運動費はどのように処理すればよいか	1249
○特約店の開設準備費用を負担した場合の税務上の取扱い	1250ノ1
○得意先の開店祝いとして花輪を送った場合の費用は交際費となるか	1251
○得意先に対する慶弔金の支出は交際費等となるか	1254
○特約店の従業員の生命保険料を負担した場合の税務上の取扱い	1257

販  
促  
法  
務  
七  
号

## 第5 その他

### 1 招待旅行・観劇等にかかる費用

○得意先を旅行や観劇などに招待する費用の税務上の取扱い	1271
○得意先の慰安旅行に際し協賛金を支出した場合の税務処理	1273
○情報提供者を招待するための旅費は交際費等となるか	1275

四  
〇

○温泉地に代理店を招待して販売会議を行う場合の費用は、税務上 どのように取り扱うか……………	1277
○招待旅行を中止した場合のキャンセル料はどのように税務処理す べきか……………	1279
○招待旅行に同行する社員の費用は、税務上どのように取り扱うか……………	1281

## 2 情報提供料

○情報提供料として認められる相当金額の範囲は……………	1291
○情報提供料の損金算入時期はどうすればよいか……………	1294
○販売情報提供に対する取引先への謝礼の支払は交際費となるか……………	1297
○関連会社のアイディア提供者に対する謝礼は交際費となるか……………	1299
○市場調査に協力してもらった販売店従業員に謝礼として物品を交 付する場合、交際費等となるか……………	1302
○情報提供してもらった地元有力者に交付する贈答品や手土産等の 費用は交際費等とならないか……………	1305
○情報収集のため、従業員を取引先の研修旅行に同行させた場合、 その費用はどのように処理すべきか……………	1308
○社外モニターに対する謝礼や自社製品の提供費用はどのように処 理すべきか……………	1310
○個人に支払う情報提供料が交際費等とならないようにするための 要件とは……………	1313
○情報提供料が交際費とならない契約書はどのように作成するか……………	1314ノ2
○政治家に支出する情報提供料の税務上の取扱い……………	1316
○情報提供者が海外居住者でも情報提供料として処理できるか……………	1320
○取引先に支払うあっせん手数料の税務上の取扱い……………	1323
○営業担当者個人に支払う紹介手数料はどのように処理すべきか……………	1325
○取引先の営業担当者に支払う情報提供料はどのように処理すべき か……………	1326ノ2
○販売手数料を仲介者に支払う場合、一般人や業者など仲介者に応 じて税務の取扱いは異なるか……………	1328

## 目 次

○従業員に対する販売先あっせん奨励金はどのように処理すべきか	1331
○土地買収に当たり、地元有力者を紹介してくれた会社に支払う仲 介手数料は、情報提供料となるか	1333
○顧客紹介者に紹介料を支払うに当たり領収証が取れない場合はど うなるか	1336
○契約を上回って情報提供料を支払った場合の税務上の取扱い	1338
○海外工事受注のための現地法人への契約外の支払は情報提供料と なるか	1340

### 3 各種協力金

○下請会社に対する協力補助金は交際費となるか	1351
○営業地域の拡大に当たり地元有力者に支払う協力金の税務上の取 扱いは	1354
○土地買収に当たり地域有力者に支払う謝礼金の税務上の取扱い	1357
○取引上続けざるを得ない高価取引の高額部分はどのように処理す ればよいか	1360
○テナントの支払う改装工事のための建設協力金は交際費として課 税されるのか	1363
○建設工事に当たり周辺住民に交付する迷惑料はどのように処理す べきか	1365

### 4 その他

○交際費等の範囲から除外される1人当たり5,000円以下の飲食費 の判定方法は	1380ノ1
○交際費等の範囲から除かれる飲食等の取扱い	1380ノ4
○営業担当者が得意先を訪問するとき贈る手土産の費用はどのよう に処理すべきか	1381
○工事現場において支払う賛助金、協賛金、会費等はどのように処 理すべきか	1383
○顧客を販売物件のある現地へ案内するための交通費、宿泊費、食	

事代等はどのように処理すべきか……………	1387
○契約者の購入住宅に案内するのに要した費用はどのように処理すべきか……………	1390
○建設業者が工事の入札に際して支払ういわゆる談合金は交際費等となるか……………	1393
○公共工事入札の裏ジョイントの分配金の取扱いは……………	1396
○系列企業への出向社員に対する企業間給与差額に対する調整支給額の取扱いは……………	1399
○工事受注のために取引先の商品を購入した費用は販売促進費となるか……………	1402
○無給の非常勤役員に対する中元・歳暮の贈答は交際費となるか……………	1405
○得意先に配付する万博入場券の購入費用は販売促進費となるか……………	1407

## 第3章 広告宣伝にかかる費用

### 第1 広告製作にかかる費用

#### 1 広告作成費

○求人広告のために要する費用は広告宣伝費となるか……………	1453
○コマーシャル・ソングの制作費用はどのように税務処理すればよいか……………	1456
○コマーシャルの出演者に贈呈する自社製品の費用は広告宣伝費となるか……………	1458
○コマーシャル撮影に利用した施設に手土産や金品を贈与した場合、その費用は広告宣伝費となるか……………	1460
○コマーシャル契約に要する一時金は広告宣伝費となるか……………	1462ノ1

## 2 宣伝協賛金

- 宣伝協賛金の名目で、団体パンフレットに社名を入れる場合、広告宣伝費となるか……………1463
- 取引先が主催する展示会の入場券を賛助購入する場合、この費用は広告宣伝費となるか……………1466
- 協賛広告の掲載費用が広告宣伝費として認められるのはどの程度の額までか……………1468
- 協賛コンサートに支出する冠料や契約料等の協賛金は広告宣伝費となるか……………1470
- 総会屋の発行紙に協賛広告料を支出する場合の費用は広告宣伝費となるか……………1472

## 3 広告的贈答品等にかかる費用

- 同業者団体のCM料の負担金はどのように処理すればよいか……………1475

販促  
法  
務  
七  
号

## 第2章 イベント開催にかかる費用

### 1 展示会等の費用

- 展示会の来場者に支給する交通費等は広告宣伝費となるか……………1491
- 温泉地のホテルで展示会を開催する場合の費用は広告宣伝費となるか……………1493
- 同業者で展示会を共催した場合、その分担費用はどのように処理したらよいか……………1495
- 新製品発表パーティーに要する費用はどのように処理すればよいか……………1497
- 展示製品は棚卸資産となるか…………… 1498ノ1
- イベント前夜祭のパーティー費用は広告宣伝費となるか…………… 1498ノ3

四  
四



## 2 工場見学等の費用

○工場見学者のために要する費用は広告宣伝費となるか	1499
○得意先を工場見学に招待する費用はどのように処理すればよいか	1501
○海外にある工場の見学ツアーに取引先を招待する費用はどのように処理すればよいか	1503
○外国の得意先を工場見学に招待する費用はどのように処理すればよいか	1505
○工場見学者の試食、試飲のための費用は広告宣伝費となるか	1507
○工場見学者用のバスを購入した費用はどのように処理すればよいか	1508ノ1

## 3 その他

○自社PRのための創立記念パーティーに招待する費用は広告宣伝費となるか	1509
○自社の主催するコンサートに取引先を無料招待する場合の税務上の取扱い	1511
○チャリティー・オークションに自社製品を無償提供した場合、広告宣伝費として認められるか	1513
○記念行事費用の支出金と祝い金の税務上の取扱い	1515
○ショールームで提供する昼食は広告宣伝費となるか	1518
○会社説明会において支給される昼食、交通費の税務上の取扱い	1520

## 第3 広告的贈答品等にかかる費用

### 1 カレンダー・手帳等の配布費用

○得意先に配布するカレンダーや手帳等の費用は広告宣伝費となるか	1531
○街頭で配布する物品の購入費用は広告宣伝費となるか	1534

## 目 次

○顧客に配布する拡販用の粗品に要する費用は広告宣伝費となるか	1538
○創立記念として顧客に配布するタオルやテレホンカード等は広告 宣伝費となるか	1541
○特定の得意先に出す年賀状の費用は広告宣伝費となるか	1545
○新規開店につき配布したサービス券は広告宣伝費となるか	1548ノ1

## 2 各種贈答品等の費用

○得意先に贈るお中元やお歳暮の費用はどのように処理すればよい か	1549
○得意先に社名入り記念品を贈呈するための費用は広告宣伝費とな るか	1552
○得意先支店の開店祝いとして社名入りの花輪を贈った場合、交際 費となるか	1555
○神社の祭礼に際して奉納する自社製品の費用は広告宣伝費となる か	1558
○ホテルで披露宴をしたカップルに提供するサービスは売上割戻し となるか	1560ノ1
○自社製品を贈答した場合の税務上の取扱い	1560ノ3
○社長の出身校にした寄附金の税務上の取扱い	1560ノ5
○会長の自費出版物を会社で買い上げて取引先等へ配布した費用 は、広告宣伝費となるか	1560ノ7
○インターネットサービスのモニター活動に対する金品支払いの税 務上の取扱い	1560ノ9

販  
促  
法  
務  
一  
二  
号

## 3 見本・試供品等にかかる費用

○ソフト開発会社が得意先に自社ソフトの見本品と同時にパソコン を贈呈した場合の取扱い	1561
○医薬品メーカーが病院に譲渡する試供品の費用は広告宣伝費とな るか	1565
○得意先担当者に贈った見本用新製品の費用は広告宣伝費となるか	1567
○商品見本として展示する自社製品は固定資産となるか	1570
○余剰見本品を廃棄したり大幅値引して売却する場合の税務処理	1573
○展示用モデルハウスを低額譲渡した場合の税務処理	1576

四  
六

## 4 その他

○広告チラシに添付した「サービス券」にかかる費用は広告宣伝費となるか	1579
------------------------------------	------

## 第4 広告宣伝用資産

## 1 広告宣伝用資産の概要

○広告宣伝用資産とはどのようなものか	1581
--------------------	------

## 2 広告宣伝用資産の贈与・賃貸借

○広告宣伝用資産を贈与した場合、どのように処理すればよいか	1584
○広告宣伝用資産を贈与された場合、どのように処理すればよいか	1587
○広告宣伝用資産を賃貸した場合、税務上どのように取り扱われるか	1590

## 第4章 その他

## 第1 知的財産権

○商標権等を取得した場合、どのように税務処理すればよいか	1653
○キャラクター等の利用料についての税務上の取扱い	1656
○著作権を譲渡した場合、その収益はどのように処理すればよいか	1659

## 第2 損害賠償金等

○得意先の貸倒損失を一部肩代わりする場合、販売奨励金として計 上できるか……………	1681
○被災した得意先に支給する災害復旧費や見舞金の税務上の取扱い は……………	1684
○下請会社の従業員に支給する災害見舞金は交際費となるか……………	1686
○被災した取引先の自社製品の取替費用はどのように処理すればよ いか……………	1688
○被災者に提供する自社製品の費用はどのように処理すればよいか……………	1690
○被災者に提供する他社製品の費用はどのようにして処理すればよ いか……………	1692
○被災地にボランティアとして派遣する従業員に係わる費用はどの ように処理すればよいか……………	1694
○被災した取引先に対する売掛債権を免除した場合の取扱いは……………	1696

## 目 次 (終)